

## Editorial

En el vasto horizonte de la educación superior, las universidades enfrentan una multiplicidad de desafíos y oportunidades en su gestión y operación. La Universidad de Guadalajara, como institución emblemática de México, no es ajena a este panorama dinámico y cambiante. En este contexto, el presente libro surge como un compendio de reflexiones profundas y análisis perspicaces sobre algunos de los retos y realidades que enfrenta esta prestigiosa institución, así como temáticas relevantes en el ámbito de la comunicación, la innovación, el emprendimiento y las políticas públicas.

Desde una perspectiva multidisciplinaria, los autores abordan cuestiones fundamentales que impactan directamente en la gestión universitaria, explorando desde el impacto de la publicidad en el ámbito deportivo hasta la transferencia tecnológica en las empresas artesanales. Cada capítulo ofrece una mirada fresca y enriquecedora, sustentada en investigaciones rigurosas y experiencias prácticas, que invitan al lector a reflexionar y a profundizar en el conocimiento de estos temas cruciales.

El primer capítulo, “Retos y realidades de los Sistemas de Gestión en la Universidad de Guadalajara”, presenta un análisis detallado de los desafíos específicos que enfrenta esta institución en su gestión administrativa y académica, ofreciendo recomendaciones valiosas para su mejora continua.

A continuación, el lector se sumerge en el fascinante mundo de la comunicación y las relaciones públicas con el capítulo “El Impacto de la Femvertising en la Comunicación y las Relaciones Públicas de las Organizaciones”. Este apartado examina el papel cada vez más relevante de la publicidad con enfoque feminista

en la construcción de la imagen corporativa y las relaciones con los públicos.

El tercer capítulo, “Datos abiertos: vehículo de innovación de la inteligencia artificial”, nos introduce en el apasionante campo de la inteligencia artificial y su potencial para la innovación en la gestión universitaria, explorando el papel crucial de los datos abiertos en este proceso.

A continuación, “Valores humanos y actividad emprendedora: Reflexiones teórico-conceptuales” nos invita a reflexionar sobre la importancia de los valores éticos en el emprendimiento y su impacto en la creación de empresas socialmente responsables.

El quinto capítulo, “La influencia de las políticas públicas en las industrias culturales y creativas: exploración de mapas bibliométricos”, nos sumerge en el complejo entramado de las políticas públicas y su impacto en el desarrollo de las industrias culturales y creativas, a través de un análisis bibliométrico detallado.

A continuación, “Pioneering strategical social innovation” nos lleva a explorar las estrategias innovadoras de cambio social, destacando el papel clave de la innovación en la búsqueda de soluciones a los problemas sociales más acuciantes.

El séptimo capítulo, “La importancia de la transmisión de valores en la Comunicación Publicitaria de las Organizaciones Deportivas y el impacto en sus públicos”, nos invita a reflexionar sobre el papel de la publicidad en la transmisión de valores en el ámbito deportivo y su impacto en la sociedad.

Finalmente, “La transferencia tecnológica como ventaja competitiva en las empresas artesanales” cierra este compendio con un análisis detallado de la importancia estratégica de la transferencia tecnológica en el sector artesanal, destacando su potencial para impulsar la competitividad y la innovación.

En conjunto, estos capítulos ofrecen una panorámica completa y actualizada de algunos de los temas más relevantes en la gestión universitaria y en los campos de la comunicación, la innovación, el emprendimiento y las políticas públicas. Confiamos en que este libro será una herramienta invaluable para académicos, investigadores, estudiantes y profesionales interesados en profundizar en estos temas apasionantes y en contribuir al desarrollo y la mejora continua de la Universidad de Guadalajara y de la sociedad en su conjunto.

Dra. Karla Haydee Ortiz Palafox  
*Coordinadora de la Edición*